

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Persaingan strategis antar entitas bisnis untuk memperoleh posisi unggul di pasar otomotif seperti sepeda motor di era modern ini semakin ketat khususnya pada penjualan sepeda motor membuat perusahaan terus berlomba-lomba untuk melakukan inovasi. Menurut Kuengo et al (2022) daya saing perusahaan otomotif di pasar yang dinamis saat ini sangat dipengaruhi oleh kemampuan mereka dalam melakukan inovasi dan mengembangkan produk yang berkualitas. Dengan mengadopsi strategi yang efektif dan selaras dengan tujuan perusahaan, maka bisnis dapat menempati posisi yang lebih baik untuk secara akurat mengidentifikasi dan menargetkan segmen pasar yang tepat. Pemahaman yang mendalam mengenai faktor penentu keberhasilan dalam hal inovasi produk dan memainkan peran penting dalam memastikan pertumbuhan yang berkelanjutan. Sepeda motor merupakan alat transportasi yang disukai masyarakat karena kepraktisannya. Harganya juga dianggap terjangkau, sehingga dapat diakses oleh masyarakat dari berbagai tingkat pendapatan. Di era modern ini, industri sepeda motor telah mengalami kemajuan yang signifikan, menawarkan berbagai fitur inovatif yang selaras dengan kemauan konsumen yang terus berkembang.

Keperluan akan menggunakan sepeda motor di era modern ini salah satunya di Kota Batam semakin bertambah oleh karena itu banyak perusahaan seperti PT Astra Honda Motor, PT Yamaha Indonesia Motor Manufacturing, PT Suzuki Indomobil Motor, PT Kawasaki Motor Indonesia dan perusahaan lainnya berupaya semaksimal mungkin berusaha meningkatkan jumlah pelanggan dan menjadi pemimpin pasar. Dalam hal ini salah satu sepeda motor yang mulai diminati konsumen yaitu Honda PCX yang mulai mempunyai pangsa pasar yang besar, juga dikenal sebagai salah satu motor matic yang populer karena memiliki fitur dan teknologi canggih yang bisa membuat konsumen tertarik seperti mesin Esp+, system ABS, dan Smart Key System. Honda PCX juga dikenal sebagai motor yang nyaman dan memiliki kapasitas bagasi yang besar, cocok untuk pemakaian sehari-hari ataupun perjalanan jauh serta terpercaya di mata konsumen karena selalu menjaga keunggulan kualitas dan kestabilan performa. Kesuksesan suatu Perusahaan otomotif ini dipengaruhi beberapa faktor keputusan pembelian salah satunya kepribadian konsumen, kualitas produk dan tampilan produk.

Memahami psikologi manusia secara menyeluruh membantu dalam menganalisis kepribadian konsumen, sehingga pelaku usaha dan tenaga penjual dapat memasarkan produk dengan lebih efektif dan memuaskan, baik bagi konsumen maupun diri mereka sendiri. Kepribadian adalah karakter unik yang dimiliki setiap individu dan membedakan satu orang dengan yang lainnya. Dengan memahami ciri kepribadian seseorang, kita dapat memperkirakan bagaimana ia akan bertindak atau merespons dalam situasi tertentu (Arfa & Mango, 2023). Sedangkan definisi lain mengungkapkan bahwa kepribadian secara umum ialah

bersikap umum dan merujuk pada cara seseorang menampilkan diri mereka serta memberikan kesan kepada orang lain (Julyanthry et al., 2022).

Kualitas produk bukan sekedar fitur, tetapi pondasi utama yang membentuk harapan konsumen dan keberhasilan bisnis, dalam era persaingan yang ketat kualitas produk menjadi penentu utama bagaimana sebuah produk dari Perusahaan akan diingat, dihormati, dan dikagumi. Kualitas produk juga memiliki peran yang tidak bisa diabaikan oleh calon pembeli saat akan membeli sesuatu, baik berupa barang maupun jasa (Aghitsni & Busyra, 2022). Kualitas produk dideskripsikan sebagai keadaan suatu produk berdasarkan evaluasi kecocokan dengan standar pengukuran yang ditetapkan, kecocokan produk sama kebutuhan pelanggan (Anjani & Simamora, 2022).

Tampilan produk merupakan aspek krusial dalam strategi pemasaran karena dapat memengaruhi konsumen dalam mengambil keputusan pembelian. Di tengah persaingan bisnis yang semakin ketat, tampilan produk tidak hanya berfungsi sebagai pelindung fisik barang, juga dimanfaatkan sebagai media visual yang efisien dalam membangun daya tarik konsumen terhadap produk. Komponen-komponen seperti desain kemasan, warna, bentuk, serta label termasuk dalam tampilan produk yang memiliki peran langsung dalam membentuk keputusan pembelian. Tampilan produk sering kali menjadi faktor penting yang memengaruhi keputusan konsumen sebelum melakukan pembelian. Tampilan produk yaitu gambar yang dibuat agar mendapatkan tampilan menarik untuk kepada pelanggan (Hutasoit et al., 2024).

Tindakan konsumen dalam memilih untuk membeli suatu produk merupakan bagian krusial dalam memahami perilaku mereka secara keseluruhan, yang mencerminkan proses kognitif yang kompleks. Pemahaman yang menyeluruh tentang proses pengambilan keputusan ini dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam tentang bagaimana konsumen membuat pilihan pembelian. Wawasan ini dapat menjadi dasar untuk mengembangkan metode pemasaran yang dirancang secara lebih tepat sasaran. Dengan demikian, Keputusan untuk membeli merupakan rangkaian proses yang dimulai saat seseorang menyadari adanya kebutuhan atau masalah, lalu dilanjutkan dengan menilai berbagai pilihan hingga akhirnya memilih produk yang paling cocok untuk memenuhi kebutuhannya. (Tabita et al., 2024)

Salah satu Perusahaan otomotif yaitu PT Astra Honda Motor yang didirikan diindonesia pada tahun 1971 dengan nama pertamanya PT Federal Motor. Salah satu sepeda motor metic yang diproduksi oleh honda adalah Honda PCX yang lumayan cukup banyak peminatnya, bagaimana pun juga persaingan yang ketat mendapat pengaruh terhadap aktivitas penjualan sepeda motor Honda PCX bersifat naik turun. Berikut adalah lima merek sepeda motor dengan tingkat penggunaan di Indonesia sebagai berikut.

Tabel 1. 1 Top 5 Sepeda Motor di Indonesia

Top Brand Award						
No	Merek Motor	2021	2022	2023	Merek Motor	2024
		TBI	TBI	TBI		TBI
1	Honda Beat	35,60%	34,20%	36,60%	Honda Beat	28,00%
2	Honda Vario	21,90%	20,80%	20,60%	Honda Scoopy	20,00%
3	Yamaha Mio	12,90%	12,30%	13,20%	Honda Vario	19.40%

4	Honda Scoopy	12,10%	9,90%	9,70%	Honda PCX	10.30%
5	Honda PCX	5,20%	8,30%	7,70%	Yamaha Mio	4.60%

Sumber: Top Brand Award

Berdasarkan dari data tabel 1.1 di atas, lembaga survei Top Brand Award menerbitkan performa pengguna Honda PCX pada tahun 2021 menempati top peringkat ke 5 dengan Top Brand Index 5,20 persen, Pada tahun 2022 Honda PCX menempati peringkat 5 dengan mulai mengalami peningkatan signifikan Top Brand Index 8,30 persen, Pada tahun 2023 Honda PCX mulai mengalami penurunan signifikan kembali dengan Top Brand Index 7,70 persen selisih 0,6 persen pada tahun 2022 dan pada tahun 2024 Honda PCX sudah mengalami peningkatan kembali dengan Top Brand Index 10,30 persen dengan peningkatan 2,6 persen dari tahun sebelumnya. Hal ini harus menjadi perhatian bagi PT Astra Honda Motor agar bisa meningkatkan harapan konsumen untuk menggunakan sepeda motor Honda PCX. Fenomena ini mengindikasikan bahwa di samping aspek performa dan kekuatan merek, faktor psikologis seperti karakteristik kepribadian konsumen turut berkontribusi dalam memengaruhi keputusan pembelian.

Kepribadian Konsumen terhadap Honda PCX belum menunjukkan secara menyeluruh dalam keputusan pembelian mereka. Hal ini disebabkan oleh dorongan untuk mengikuti tren tanpa mempertimbangkan apakah produk yang dipilih sesuai dengan gaya hidup dan preferensi pribadi. Kondisi tersebut dapat menimbulkan ketidaksesuaian antara identitas diri dan barang yang dimiliki. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih dalam terkait karakteristik kepribadian konsumen. Berikut ulasan kepribadian konsumen terhadap Honda PCX yang tercantum pada gambar di bawah.



Gambar 1. 1 Permasalahan Kepribadian Konsumen Honda PCX

Sumber: Twitter

Pada gambar 1.1 di atas menunjukkan bahwa konsumen yang membeli Honda PCX tidak berdasarkan kebutuhan, kenyamanan dan kesesuaian dengan kondisi fisik melainkan dorongan tren atau Fomo, tanpa mempertimbangkan postur tubuh yang tidak sesuai dengan kendaraan yang dimiliki yang dapat menimbulkan risiko terhadap individu dan merepotkan orang lain di sekitarnya. Dalam jangka Panjang juga perilaku seperti ini juga dapat menimbulkan ketidaksesuaian antara kepribadian konsumen yang mencakup gaya hidup dengan keputusan pembelian yang mereka ambil. Keputusan konsumen dalam melakukan pembelian tidak hanya ditentukan oleh faktor internal seperti kepribadian, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh aspek eksternal, salah satunya yaitu kualitas produk.

Kualitas produk pada Honda PCX sepertinya masih belum mendapatkan standar yang sesuai dengan harapan konsumen, karena masih menemukan beberapa permasalahan yang dapat menimbulkan dampak pada keputusan pembelian. Berikut permasalahan kualitas produk dari ulasan konsumen terhadap Honda PCX yang tercantum pada gambar di bawah.



Gambar 1. 2 Permasalahan Kualitas Produk Honda PCX

Sumber: Twitter

Pada gambar 1.1 melihat bahwa masih ada beberapa keluhan dari pengguna sepeda motor Honda PCX seperti keluhan *username* yara saputra yang menyampaikan bahwa shockbreaker Honda PCX agak sedikit bengkok setelah digunakan pada beban berat dan jalan berlubang. Keluhan *username* sansan yang menyampaikan keluhan mesin yang agak getar dan indikator *oli change* konsumen terhadap sepeda motor Honda PCX. Hal ini lah yang membuat keinginan konsumen untuk membeli Honda PCX tidak ada karena Kualitas produk yang jelek dan bisa mengakibatkan konsumen memilih produk pesaingnya. Hal ini PT Astra Honda Motor harus bisa memperhatikan kualitas pada sepeda motor Honda PCX. Salah satu tujuan utama dari kualitas produk adalah memberikan kesan positif kepada konsumen melalui mutu yang ditawarkan, sehingga mereka lebih mudah dalam menetapkan pilihan dan mengambil keputusan untuk membeli (Gunawan, 2022).



Gambar 1. 3 Permasalahan Kualitas Produk Honda PCX

Sumber: Oto.com

Pada gambar 1.2 di atas menunjukkan ulasan yang diberikan oleh pengguna, terdapat beberapa keluhan yang secara spesifik menyoroti kualitas dari Honda PCX. Pengguna menyebutkan bahwa gagang spion mengalami karat, yang menunjukkan bahwa material yang digunakan tidak tahan terhadap cuaca atau kelembapan. Selain itu, cat pada body motor dinilai mengecewakan karena mudah baret dan terkelupas, dan, terutama untuk varian warna putih. Warna putih cenderung lebih cepat terlihat kusam atau rusak, dan dalam hal ini pengguna merasa bahwa kualitas pengecatan tidak sesuai dengan harapan untuk motor sekelas Honda PCX. Dari sisi performa mesin, keluhan yang paling menonjol adalah mesin yang tidak stabil. Salah satu pengguna lain menyebut bahwa motornya hanya bisa hidup jika digas, dan mati kembali setelah dilepas. Bahkan lebih parah, dalam waktu kurang dari tiga bulan setelah pembelian, mesinnya mati total dan tidak bisa dinyalakan meskipun sudah dibawa ke bengkel resmi. Tak hanya itu, masalah ini ternyata tidak dialami oleh satu orang saja. Dalam satu kampung, tiga pengguna PCX mengalami kasus yang

serupa. Permasalahan tersebut dapat mempengaruhi harapan konsumen terhadap Honda PCX karena kualitas dari suatu produk sering kali menjadi faktor krusial yang memengaruhi konsumen dalam menentukan pilihan saat melakukan pembelian Honda PCX. Selain itu, tampilan produk juga turut berperan penting dalam membentuk persepsi konsumen dan dapat berperan dalam proses penentuan keputusan membeli Honda PCX.

Permasalahan selanjutnya tampilan produk, yang mana masih terdapat ulasan yang negatif terhadap tampilan Honda PCX yang bisa mengakibatkan dampak pada keputusan pembelian. Berikut permasalahan tampilan produk dari ulasan konsumen Honda PCX yang tercantum pada gambar di bawah.



Gambar 1. 4 Permasalahan Tampilan Honda PCX

Sumber: Twitter & Youtube

Pada gambar 1.4 di atas menunjukkan bahwa Honda PCX yang dikenal dengan desain elegan dan fitur premium, menyasar konsumen yang cenderung menyukai kenyamanan dan kesan mewah. Namun, seperti dalam ulasan tersebut, tidak semua konsumen merespons secara positif terhadap tampilan body. Ada juga konsumen memiliki penilaian negatif terhadap tampilan body bagian belakang Honda PCX

yang dianggap jelek atau kurang menarik dan membandingkan dengan kompetitor, seperti Yamaha Lexi, yang di nilai memiliki tampilan bagian belakang yang lebih manis atau menarik. Pengguna lain juga menyampaikan bahwa sejak awal dirinya tidak menyukai tampilan Honda PCX, khususnya bagian depannya yang dinilai terlalu besar dan menyerupai bentuk kepala ikan lele. Desain ini dianggap tidak proporsional dan kurang menarik secara visual. Lebih lanjut, ia juga menyoroti tampilan motor saat digunakan untuk berboncengan dua orang. Ketika dilihat dari belakang, motor tampak pendek dan kurang gagah, sehingga mengurangi kesan elegan yang seharusnya dimiliki oleh motor premium. Tak hanya menyampaikan kritik, pengguna ini juga membandingkan desain PCX dengan pesaing utamanya, yakni NMAX Turbo. Permasalahan ini mencerminkan bahwa adanya ketidaksesuaian tampilan produk terhadap konsumen yang cenderung perfeksionis dan menekankan pada estetika terhadap Honda PCX yang bisa berdampak pada keputusan pembelian.

Keputusan pembelian pada Honda PCX masih berada di bawah tingkat pencapaian terbaik, kondisi ini muncul akibat berbagai kendala yang hingga kini belum berhasil diatasi secara menyeluruh, terutama yang berkaitan dengan kepribadian konsumen, kualitas produk, dan tampilan produk. Sebagai pendukung uraian di atas, informasi penjualan yang tercantum pada bagian berikut dapat dijadikan acuan untuk memperjelas pembahasan.

Tabel 1. 2 Sepeda Motor Matic Honda Terlaris Tahun 2023

No	Produk Honda	Rata-Rata Penjualan Produk
1	Honda Beat	1,63 Juta Unit
2	Honda Vario 160	547.479 Unit
3	Honda Scoopy	399.065 Unit
4	Honda PCX	249.054 Unit

Sumber: Merdeka.com

Sebagaimana ditunjukkan dalam tabel 1.2, bisa dijelaskan bahwa pada tahun 2023 Honda Beat berada pada posisi pertama dengan rata-rata penjualan 1,63 juta unit sedangkan Honda PCX masih diurutan ke empat dengan rata-rata penjualan 249.054 unit. Sementara itu, Honda PCX termasuk di antara sepeda motor matic paling populer, dengan penjualan rata-rata sekitar 249.054 unit. Fakta ini menunjukkan bahwa Honda PCX telah mencatatkan angka penjualan yang relatif tinggi, namun posisinya di Indonesia tidak dapat mencapai peringkat teratas pasar sepeda motor. Situasi ini menunjukkan perlunya identifikasi dan pengelolaan berbagai tantangan yang saat ini dihadapi oleh Honda PCX. Dengan menyelesaikan masalah ini, perusahaan memiliki peluang untuk mengembangkan langkah-langkah strategis guna memperkuat strategi pemasaran mereka. Upaya-upaya ini diharapkan dapat meningkatkan reputasi Honda PCX di industri otomotif dan menarik minat yang lebih besar dari konsumen.

Berdasarkan fenomena di atas, maka peneliti tertarik melakukan penelitian tentang. **“Pengaruh Kepribadian Konsumen, Kualitas Produk, dan Tampilan Produk”**

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas maka dapat diidentifikasi permasalahan, sebagai Berikut:

1. Ketidaksesuaian antara postur tubuh konsumen dengan bentuk kendaraan yang dapat menimbulkan ketidaknyamanan.
2. Konsumen membeli Honda PCX tidak berdasarkan kebutuhan melainkan berdasarkan gaya hidup.
3. Kualitas Honda PCX tidak sesuai dengan harapan konsumen.
4. Konsumen mengkritik cat pada body Honda PCX yang mudah baret dan terkelupas.
5. Konsumen mengkritik Honda PCX memiliki mesin yang tidak stabil
6. Konsumen mengkritik tampilan Honda PCX kurang menarik.
7. Adanya perbandingan dengan kompetitor lain yang dianggap memiliki tampilan yang menarik.
8. Meskipun Honda PCX mencatatkan angka penjualan yang relatif tinggi, tapi masih belum mampu mencapai peringkat teratas dalam penjualan sepeda motor matic di Indonesia.

1.3 Batasan Masalah

Berikut ialah batasan permasalahan didalam penelitian ini

1. Variabel penelitian dibatasi oleh kepribadian konsumen, kualitas produk dan tampilan produk

2. Objek penelitian ini diambil dari masyarakat yang menggunakan sepeda motor Honda di Kota Batam

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan informasi yang ada dilatar belakang maka dapat dirumuskan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah kepribadian konsumen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Honda PCX di Kota Batam?
2. Apakah kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Honda PCX di Kota Batam?
3. Apakah tampilan produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Honda PCX di Kota Batam?

1.5 Tujuan Penelitian

Dalam proses pengembangan pada rumusan masalah sebutkan sebelumnya tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan kepribadian konsumen berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Honda PCX di Kota Batam
2. Untuk menjelaskan kualitas produk berpengaruh signifikan secara parsial terhadap keputusan pembelian Honda PCX di Kota Batam
3. Untuk menjelaskan tampilan produk berpengaruh terhadap keputusan pembelian Honda PCX di Kota Batam

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan bisa memberikan manfaat wawasan yang signifikan tentang bagaimana pengaruh kepribadian konsumen, kualitas produk dan tampilan produk terhadap keputusan pembelian.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat penelitian tidak hanya terbatas pada pengembangan teori, tetapi juga dapat memberikan solusi praktis dan berdampak positif bagi berbagai pihak yaitu:

1. Bagi Perusahaan

Perusahaan bisa mempertimbangkan dan terus kembangkan produknya yang akan digunakan oleh masyarakat.

2. Bagi Universitas Putera Batam

Bermanfaat sebagai referensi perpustakaan akademik untuk menganalisis pada variabel yang sama kepada peneliti selanjutnya.

3. Bagi peneliti

Penelitian ini diharapkan akan membantu meningkatkan wawasan dan keterampilan analisis dan mampu membantu penelitian selanjutnya.